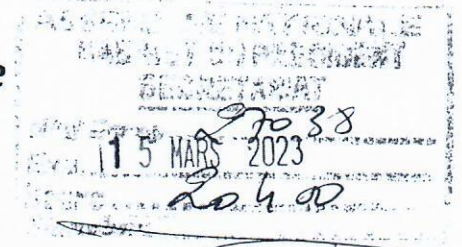


REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO



Gouvernement de la République



PROJET DE LOI N°..... DU.....PORTANT RATIFICATION DE L'ORDONNANCE-LOI N°23/009 DU 13 MARS 2023 FIXANT LES MODALITES DE L'EXERCICE DE LA LIBERTE DE PRESSE, D'INFORMATION ET D'EMISSION PAR LA RADIO ET LA TELEVISION, LA PRESSE ECRITE OU TOUT AUTRE MOYEN DE COMMUNICATION EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO

ASSEMBLEE NATIONALE
CABINET DU RAPPORTEUR

Reçu le : 15 MARS 2023
Enreg sous le N° : 40222
Heure : 13h58
Signature : *[Signature]*



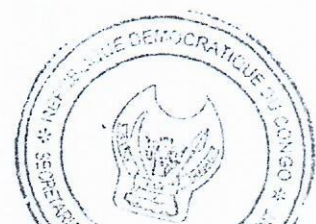
EXPOSE DES MOTIFS

Conformément aux dispositions de l'article 129 alinéa 1^{er} de la Constitution de la République Démocratique du Congo du 18 février 2006, telle que modifiée à ce jour, le Parlement a, par la Loi n°22/066 du 26 décembre 2022, habilité le Gouvernement à prendre, par Ordonnances-lois, des mesures concernant un certain nombre de matières relevant de la loi, notamment la fixation des modalités d'exercice de la liberté de presse.

En vertu de la Loi d'habilitation sus évoquée et après délibération en Conseil des Ministres, le Président de la République a pris l'Ordonnance-loi n°23/009 du 13 mars 2023 fixant les modalités de l'exercice de la liberté de presse, d'information et d'émission par la radio et la télévision, la presse écrite ou tout autre moyen de communication en République Démocratique du Congo.

La présente Loi vient ratifier l'Ordonnance-Loi susvisée.

Telle est l'économie de la présente Loi.



LOI



L'Assemblée Nationale et le Sénat ont adopté ;

Le Président de la République promulgue la Loi dont la teneur suit :

Article 1^{er} :

Est ratifiée, conformément aux articles 129 alinéas 2 et 3 de la Constitution et 4 de la Loi n°22/066 du 26 décembre 2022 portant habilitation du Gouvernement, l'Ordonnance-loi n°23/009 du 13 mars 2023 fixant les modalités de l'exercice de la liberté de presse, d'information et d'émission par la radio et la télévision, la presse écrite ou tout autre moyen de communication en République Démocratique du Congo.

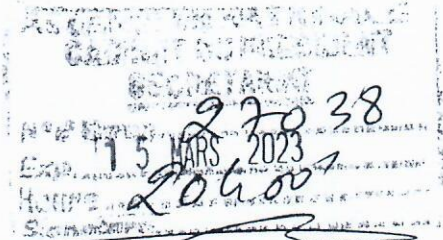
Article 2 :

La présente loi entre en vigueur à la date de sa promulgation.

Fait à Kinshasa, le

Félix-Antoine TSHISEKEDI TSHILOMBO





CABINET DU PRÉSIDENT DE LA RÉPUBLIQUE

Directeur de Cabinet
N/Réf.:

Kinshasa, le

**ORDONNANCE-LOI N° 23/009 DU 13 MARS 2023
FIXANT LES MODALITES D'EXERCICE DE LA LIBERTE
DE PRESSE, LA LIBERTE D'INFORMATION ET
D'EMISSION PAR LA RADIO ET LA TELEVISION, LA
PRESSE ECRITE OU TOUT AUTRE MOYEN DE
COMMUNICATION EN REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU
CONGO**

Le Président de la République,

Vu la Constitution, telle que modifiée par la Loi n° 11/002 du 20 janvier 2011 portant révision de certains articles de la Constitution de la République Démocratique du Congo du 18 février 2006, spécialement en ses articles 24 et 129 ;

Vu la Loi organique n°11/001 du 10 janvier 2011 portant composition, attributions et fonctionnement du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication ;

Vu la Loi n° 22/066 du 26 décembre 2022 portant habilitation du Gouvernement, spécialement en ses articles 1^{er}, 2 et 3 ;

Vu l'Ordonnance n° 22/002 du 07 janvier 2022 portant organisation et fonctionnement du Gouvernement, modalités de collaboration entre le Président de la République et le Gouvernement ainsi qu'entre les Membres du Gouvernement, spécialement en ses articles 45 et 46 ;

Vu l'Ordonnance n° 21/006 du 14 février 2021 portant nomination d'un Premier Ministre ;



Suite

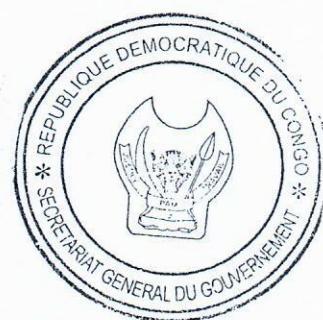
Vu l'Ordonnance n° 21/012 du 12 avril 2021 portant nomination des Vice-Premiers Ministres, des Ministres d'Etat, des Ministres, des Ministres Délégués et des Vice-Ministres ;

Revu la Loi n° 96-002 du 22 juin 1996 fixant les modalités de l'exercice de la liberté de la presse ;

Vu la nécessité et l'urgence ;

Sur proposition du Gouvernement délibérée en Conseil des Ministres,

ORDONNE :



TITRE I : DES DISPOSITIONS GENERALES

Chapitre 1 : De l'objet, du champ d'application et des définitions

Section 1 : De l'objet

Article 1^{er}

La présente Ordonnance-loi fixe les modalités d'exercice de la liberté de la presse, la liberté d'information et d'émission par la radio, la télévision, la presse écrite ou tout autre moyen de communication.

Section 2 : Du champ d'application.

Article 2

La présente Ordonnance-loi s'applique aux professionnels des médias notamment aux entreprises de presse et à toute autre personne physique ou morale concernée, de l'une ou l'autre manière, par des écrits ou des messages audiovisuels, aux journalistes professionnels œuvrant au sein des organes d'information en République Démocratique du Congo.

Section 3 : Des définitions.

Article 3

Au sens de la présente Ordonnance-loi, on entend par :

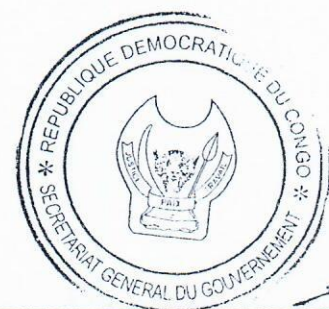
1. **Administrateur des contenus ou Webmaster** : Toute personne physique qui, au sein d'une rédaction en ligne, a pour mission de gérer le site Internet et/ou intranet de la presse en ligne. Il est chargé d'aspects purement techniques et/ou éditoriaux. Il assume la responsabilité administrative au sein du média lorsqu'il n'est chargé que des aspects techniques. Il l'assume sur le plan professionnel et judiciaire lorsqu'il est chargé d'aspects éditoriaux.
2. **Agence de communication** : toute entreprise qui orchestre la communication interne et /ou externe pour le compte de ses clients.



3. **Agence de presse** : toute entreprise de presse qui fournit, contre paiement, aux organes de presse, des informations, des reportages, des images et tous autres éléments ayant trait à l'information.
4. **Éditeur en ligne** : Toute personne physique qui publie, c'est-à-dire qui met à la disposition du public, des informations sur internet et s'assure de la conformité du contenu aux exigences légales et professionnelles ainsi qu'aux usages du métier.
5. **Emission de programme audiovisuel** : toute production diffusée à la radio, à la télévision ou en ligne, liée ou non à l'actualité immédiate, qui remplit les conditions suivantes :
 - a) relever de la grille de programmes correspondant au cahier des charges de la station ou du site internet et/ou de la chaîne en ligne déterminée ;
 - b) être produite et diffusée à intervalle régulier une fois par trimestre au moins ;
 - c) ne pas consacrer à la publicité un temps d'antenne supérieur à la réglementation édictée par l'Instance de régulation des médias.
6. **Entreprise de presse** : toute entité créée, selon le cas, conformément à la législation en vigueur en matière commerciale, de groupements d'intérêt économique, d'associations sans but lucratif et d'établissements d'utilité publique, dans le but d'exploiter, comme activité principale, la collecte, le traitement, la production et la diffusion de l'information ou des programmes, en utilisant un ou plusieurs supports graphiques, audiovisuels ou en ligne.
7. **Information** : tous faits avérés, données vérifiées ou messages véridiques ou authentiques de toutes sortes mis à la disposition du public par voie de presse écrite, de communication audiovisuelle ou de service en ligne.
8. **Journal en ligne** : Tout journal publié en ligne ou tout journal électronique, ou encore tout e-journal thématique ou généraliste publié sur internet.



9. **Journalisme en ligne** : Forme de journalisme utilisant l'internet comme principal support, par le biais notamment de versions électroniques de médias traditionnels, ou bien de journaux en ligne.
10. **Journal ou écrit périodique** : toute publication qui remplit les conditions suivantes :
- a) paraître quotidiennement ou à intervalles réguliers une fois par trimestre au moins ;
 - b) être habituellement offert au public à un prix marqué sur la Une ou la couverture du périodique ainsi que par abonnement ;
 - c) ne pas consacrer plus d'un tiers de sa surface imprimée à des réclames ou annonces ;
 - d) ne pas être assimilé, malgré l'apparence du journal ou de la revue qu'il pourrait présenter, à une des publications visées notamment sous les catégories ci-après :
 - feuilles d'annonces, prospectus, catalogues, annuaires ;
 - ouvrages publiés par livraison dans une période de temps limitée qui constituent le complément ou la mise à jour d'ouvrages déjà parus ;
 - publications ayant pour objet principal la recherche ou le développement des transactions d'organes commerciales, industrielles, bancaires, d'assurances ou de toute autre nature dont elles sont, en réalité, les instruments de publicité ou de réclame ;
 - publications ayant pour but principal la diffusion des horaires, des programmes, des cotisations, des modèles, plans ou dessins ;
 - publications qui constituent des organes de documentation administrative ou corporative, de défense syndicale ou de propagande pour des associations, sociétés ou groupements ;
 - publications dont le prix est compris dans une cotisation à une association, à un groupement quelconque ;
 - publications scientifiques ;
 - bulletins de liaison.



11. **Journaliste professionnel** :
- Toute personne diplômée d'une école de journalisme reconnue par l'Etat Congolais et dont l'activité principale, régulière et rétribuée consiste à la collecte, au traitement et la diffusion de l'information ;
 - Toute personne titulaire d'un diplôme de licence ou équivalent, suivi d'une pratique professionnelle de trois ans dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information au sein d'une rédaction d'une entreprise de presse reconnue par l'Etat.
12. **Liberté de la presse** : droit d'informer, d'être informé, d'avoir ses opinions, ses sentiments et de les communiquer sans aucune entrave, quel que soit le support utilisé, sous réserve du respect de la loi, de l'ordre public, des droits d'autrui et des bonnes mœurs.
13. **Liberté d'expression** : liberté d'exprimer ses opinions ou ses convictions, notamment par la parole, l'écrit ou l'image, sous réserve du respect de l'ordre public et des bonnes mœurs.
14. **Média associatif** : média créé par une ou plusieurs associations sans but lucratif légalement constituée, en vue de la promotion de leurs activités et dont la gestion est confiée à un ou plusieurs organes indépendants mis en place par le ou les associations dans le respect de la loi.
15. **Média communautaire** : tout média créé ou initié par une ou plusieurs communautés pour l'intérêt de leurs membres.
16. **Média confessionnel** : tout média créé par une confession religieuse conformément à la législation congolaise en vigueur, en vue de la promotion de sa doctrine.
17. **Messagerie de presse** : toute entreprise de presse qui assure le tri, le groupement, le transport, la distribution aux principaux points de vente des journaux ou écrits périodiques et qui tient la gestion se rapportant à cette activité.
18. **Parrainage ou sponsoring** : toute contribution financière à une publication de presse écrite, à un programme de radio, de télévision ou une publication en ligne provenant d'une personne physique ou morale, privée ou publique, afin de promouvoir sa marque, son



image ou ses activités auprès du lectorat ou de l'auditoire du média sélectionné.

19. **Presse en ligne** : tout service de communication au public en ligne, édité à titre professionnel par une personne physique ou morale qui a la maîtrise éditoriale de son contenu, consistant en la production et la mise à disposition du public d'un contenu original, d'intérêt général, renouvelé régulièrement, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique, qui ne constitue pas un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale.
20. **Professionnel des médias** : tout professionnel, indépendant ou au sein d'une rédaction, dont les tâches s'inscrivent dans l'une ou l'autre des catégories des métiers suivants :
- a) l'éditeur, en ce compris l'éditeur en ligne ;
 - b) les directeurs de publication et/ou des programmes ;
 - c) le rédacteur, en ce compris le rédacteur web ;
 - d) le présentateur des programmes d'information d'actualité ;
 - e) le caricaturiste ;
 - f) le traducteur-rédacteur ;
 - g) le reporter-photographe ;
 - h) l'infographiste ;
 - i) l'administrateur des contenus ;
 - j) le réalisateur et le régisseur,
 - k) l'animateur culturel ;
 - l) le chroniqueur ;
 - m) l'opérateur de prise de son ou l'opérateur de prise de vues, opérateur de saisie, œuvrant pour le compte d'une ou de plusieurs organes de presse écrite, audiovisuel et en ligne.
21. **Publicité** : ensemble de messages diffusés à travers les médias moyennant rémunération pour faire connaître et faire valoir un produit, une cause, un organe ou une personne ainsi que pour stimuler ou faire vendre un bien ou un service.
22. **Publi-reportage** : tout message publicitaire rédigé pour le compte de l'annonceur sous forme d'une publication rédactionnelle ordinaire. Le publi-reportage doit être précédé et annoncé par la



mention « publi-reportage ». Le publi-reportage et/ou page magazine et/ou « pages spéciales » sont diffusés avant ou après le journal. Ils ne sont pas diffusés dans le corps du journal.

Chapitre 2 : De la liberté de presse

Section 1 : Des principes

Article 4

Toute personne dispose du droit d'informer et d'être informé, d'avoir ses opinions propres, d'exprimer ses idées et de les communiquer sans aucune entrave quel que soit le support utilisé, sous réserve du respect de l'ordre public et des bonnes mœurs.

Article 5

En matière de communication par voie des médias, la liberté d'exercice est le principe et l'interdiction l'exception.

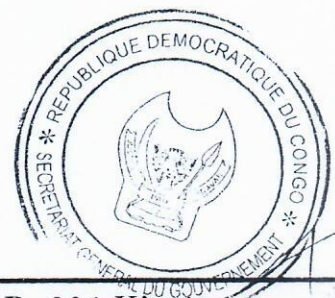
Article 6

Le droit de publier ou de diffuser comme média s'exerce après dépôt de la déclaration par l'impétrant auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication et obtention d'un récépissé au Ministère de la Communication et des Médias.

Sauf insuffisance du dossier constatée et signifiée à l'impétrant par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication, le délai de la procédure administrative ne peut excéder trente jours à dater du dépôt de la déclaration.

A défaut, le droit de publier ou de diffuser est d'office acquis à l'impétrant.

Le dépôt de la déclaration se fait au bureau du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication à Kinshasa, comme dans les provinces.



Article 7

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication élabore la grille d'éléments que contient tout dossier de demande de paraître ou de diffuser en tenant compte de la catégorie du média impétrant.

Section 2 : Du professionnel des médias

Article 8

L'appartenance aux différentes catégories des métiers professionnels est édictée par la condition qui régit les moyens d'acquisition, de suspension ou d'annulation de la carte d'identité professionnelle, différente de la carte de service délivrée par l'employeur du professionnel.

Article 9

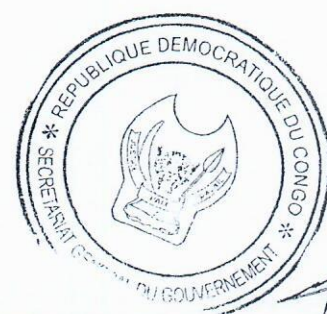
Durant le processus de recrutement, est considéré comme un atout le diplôme en communication, en journalisme ou en toute autre spécialité en lien avec la catégorie de recrutement.

En dehors des journalistes indépendants, blogueurs ainsi que You tubeurs, le recrutement aux autres catégories des métiers de l'information énumérées aux articles 2 et 3 de la présente Ordonnance-loi s'effectue conformément aux dispositions de texte relatif aux statuts des journalistes œuvrant en République Démocratique du Congo.

Article 10

Tout candidat ne justifiant pas d'une connaissance ou d'une expérience significative, ni d'un diplôme dans la catégorie de recrutement, mais ayant satisfait au concours est soumis à un stage de vingt-quatre mois.

Toutefois, s'il en justifie, il est soumis à une période de stage de douze mois.



Article 11

Le régime de stage des professionnels des médias, d'octroi, du renouvellement et de l'annulation de la carte professionnelle est élaboré par l'instance en charge de l'autorégulation de la profession.

Article 12

Tout recrutement au sein d'une entreprise de presse fait l'objet d'une publicité préalable.

Avant d'exercer et à l'issue de la période probatoire, le candidat recruté s'engage au respect du code d'éthique et de déontologie du journaliste congolais par la signature d'un acte d'engagement écrit au respect des dispositions dudit code auprès de l'instance en charge de l'autorégulation de la profession.

Ces dispositions s'appliquent tant aux médias publics que privés, commerciaux et non commerciaux, communautaires et confessionnels.

Article 13

L'exercice légitime et régulier des professions médiatiques est soumis au respect des lois, des règlements, de l'éthique et déontologie.

Il implique toutes productions par les canaux audiovisuels, écrits, en ligne ou combinant les trois moyens, sous quelque forme et format que ce soit, publiés ou diffusés en direct ou en différé.

Il peut être réalisé par tout professionnel de médias agissant sous l'égide d'une entreprise de presse ou indépendamment mais pour le compte d'un média légalement établi en République Démocratique du Congo ou en dehors de ses frontières.

Section 3 : De l'entreprise de presse

Article 14

La création et la gestion des entreprises de presse, des messageries de presse, de la presse en ligne, de l'agence de communication, de même



que l'imprimerie et le colportage sont libres en République Démocratique du Congo.

Toutes ces activités s'exercent en toute indépendance et dans le respect des lois et règlements de la République.

Article 15

Quelle que soit la qualité de l'initiateur, public ou privé, communautaire, associatif ou confessionnel, l'entreprise de presse revêt l'une ou l'autre des formes suivantes :

1. journal ;
2. écrit périodique ;
3. agence de presse ou de communication ;
4. station de radiodiffusion sonore ;
5. chaîne de télévision ;
6. presse en ligne ;
7. télédiffuseur ;
8. télévision mobile personnelle ;

Article 16

L'entreprise de presse emploie pour la collecte, le traitement et la diffusion des informations un personnel répondant aux critères déterminés par la présente Ordonnance-loi, le code du travail ainsi que les conventions collectives professionnelles et interprofessionnelles.

Article 17

Sans porter préjudice à l'initiative privée dans le monde médiatique, l'Etat peut créer ou organiser des médias publics.

Ils sont objectifs, impartiaux et pluralistes d'opinions dans le traitement ainsi que la diffusion de l'information et, se conforment aux dispositions relatives à l'entreprise de presse telles que déterminées par les dispositions de la présente Ordonnance-loi.

Ces médias sont publics et ne peuvent en aucun cas constituer un outil privilégié pour un groupe d'intérêt quelle que soit sa nature.



Ils fonctionnent en tant que services publics à caractère social, culturel, technique, industriel et commercial. Les pouvoirs publics veillent à l'élimination de toute forme de discrimination, en matière d'accès aux médias publics de tous les courants politiques et sociaux.

Les cahiers des charges et les grilles de programmes de ces médias sont soumis à l'approbation du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

Article 18

Les médias publics ou privés, communautaires, associatifs ou confessionnels respectent les principes constitutionnels et les exigences professionnelles dans la collecte, le traitement et la diffusion de l'information.

Chapitre 3 : DES RESSOURCES DES ENTREPRISES DE PRESSE

Section 1 : De l'aide financière publique

Article 19

Les médias publics bénéficient des subsides de l'Etat.

Article 20

En considération de leur mission de service d'utilité publique et d'intérêt général, les pouvoirs publics accordent une aide financière aux médias associatifs et communautaires.

Article 21

Outre les subsides de l'Etat et les recettes publicitaires, le service public de la communication audiovisuelle bénéficie de la redevance sur les appareils récepteurs d'émissions audiovisuelles payée selon les dispositions du droit commun notamment par voie de télédistribeur, des entreprises de téléphonie mobile, des détenteurs des postes radio ou télévision ainsi que de tout autre moyen de perception.



Article 22

Les médias publics sont habilités à lancer des levées de fonds auprès des personnes physiques ou morales pour la promotion de toute cause d'intérêt public agréée par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

La totalité de ces fonds est exonérée d'impôts et de taxes.

Section 2 : De la publicité**Paragraphe 1 : Des principes****Article 23**

Hormis les messages d'intérêt général, social et humanitaire, les messages publicitaires ne peuvent être insérés :

- a) dans le corps d'un journal parlé ou un journal télévisé ;
- b) dans la retransmission des émissions religieuses ;
- c) dans la retransmission des cérémonies officielles.

Article 24

Aucun message publicitaire ne peut porter la signature d'un journaliste professionnel.

Aucun journaliste professionnel ne peut prêter sa voix ou son image, directement ou indirectement, à un message publicitaire.

Article 25

Toute entreprise de presse servant de support médiatique aux annonceurs se conforme à la réglementation en vigueur relative à la publicité.

Article 26

Tout message publicitaire s'identifie comme tel, même au lecteur, auditeur, téléspectateur ou internaute non averti. Il se distingue des autres écrits ou programmes par des moyens graphiques, sonores ou optiques clairement libellés.



Hormis les écrits distribués à titre gratuit, tout journal ou périodique dont le tiers du contenu est consacré à la publicité s'oblige à ajouter des cahiers de manière à ne pas sacrifier des rubriques habituelles.

Article 27

Sous peine de sanctions prévues par la présente Ordonnance-loi, toute agence publicitaire qui désire diffuser à travers un média, un message publicitaire ou à caractère publicitaire sous quelque forme que ce soit, requiert au préalable un visa de conformité auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication dispose de quarante-huit heures pour délivrer le visa dès la réception du support publicitaire.

Article 28

Aucun message publicitaire ne peut contenir une allusion à la discrimination en raison du sexe, de la race, de la tribu ou de l'ethnie.

Il ne peut nuire à l'intérêt général ni porter atteinte à la dignité de la personne humaine, aux droits et libertés d'autrui et à la protection de l'enfance.

Article 29

L'activité publicitaire est organisée autour des trois prestataires ci-après :

- a) le publicitaire qui crée le contenu pour le compte de l'annonceur,
- b) l'annonceur qui achète la surface imprimée ou le temps d'antenne et,
- c) le média qui en assure la publication ou la diffusion.

Article 30

Tout message de publicité respecte :

- La véracité et la décence ;



- L'ordre public, les bonnes mœurs et la dignité humaine dont celle de la femme et des personnes vulnérables ;
- Les convictions politiques, religieuses et philosophiques de l'autre ;
- La protection de l'enfance et de la jeunesse ;
- La libre concurrence ;
- L'obligation de recourir aux agences publicitaires agréées ;
- Les normes en la matière.

Article 31

La programmation de la publicité ne peut excéder 10 % d'un programme.

Elle est répartie de la manière suivante : au début, au milieu et à la fin du programme.

Article 32

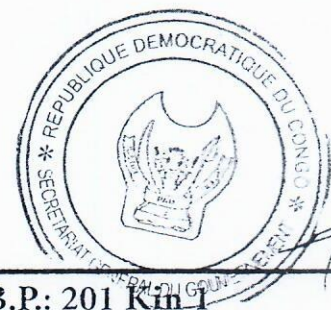
Les médias privés commerciaux peuvent tirer 100% de leurs revenus de la publicité tandis que les médias associatifs, communautaires ou confessionnels peuvent en tirer au maximum 40% de leur budget annuel de fonctionnement.

Article 33

L'agence de communication s'enregistre auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

Cet exercice s'effectue par le dépôt de la copie certifiée du dossier administratif comprenant :

- Le registre de commerce et de crédit mobilier ;
- Le curriculum vitae du propriétaire et du Directeur de l'agence ;
- Le certificat de nationalité du Directeur ;
- Le certificat de bonne conduite, vie et mœurs de l'un des précités et ;
- Les statuts notariés de l'entreprise.



Article 34

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication peut se saisir d'office ou peut être saisi par toute personne physique ou morale d'un manquement constaté dans le secteur de la publicité.

Il constate et régule tout manquement à la loi et à la réglementation régissant les contenus diffusés, commis par un opérateur du secteur de publicité.

Article 35

Toute personne physique ou morale interpellée par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication pour être entendue des griefs lui reprochés se présente, selon le cas, elle-même s'agissant de la personne physique ou par son représentant pour la personne morale, devant son office à la date lui communiquée.

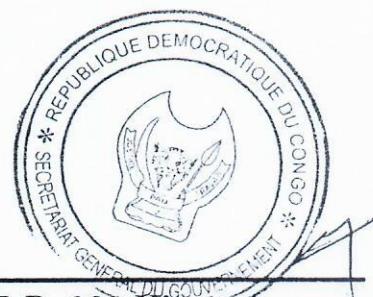
Elle est immédiatement informée desdits griefs.

Elle a le droit de produire ses moyens de défense endéans sept jours ouvrables, à dater de la réception de la notification ou de la communication des griefs retenus contre elle.

Faute de répondre à l'interpellation ou à l'expiration du délai prévu à l'alinéa précédent, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication statue sur base des informations disponibles en sa possession, conformément à la législation en la matière.

Section 3 : Des autres ressources des organes de presse**Article 36**

Les entreprises de presse commerciales peuvent générer des recettes constituées principalement de la vente des produits médiatiques et de l'abonnement, outre les ressources provenant de l'aide publique et de la publicité.



Article 37

Les ressources des médias associatifs, communautaires et confessionnels proviennent de :

- droits d'adhésion des membres ;
- cotisations des membres ;
- subventions, dons ou legs d'origine publique ou privée, dont les objectifs sont compatibles avec leurs missions ;
- montants reçus en rémunération de tous services ponctuels rendus à des tiers ;
- patrimoines mobiliers et immobiliers leur appartenant ;
- produits des ressources créées à titre exceptionnel ;
- publicité ;
- tout autre financement dont l'origine et l'affectation ne sont pas contraires à leur mission.

Article 38

L'autonomie et l'équilibre financiers des entreprises de presse assurent aux médias leur qualité d'indépendance et leur garantissent la liberté d'expression et d'opinion.

Article 39

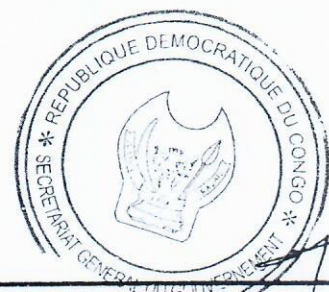
Sans préjudice des dispositions de la présente Ordonnance-loi et compte tenu du caractère d'utilité publique reconnu aux entreprises de presse, l'Etat accorde à ces entreprises une aide directe ou indirecte selon les règles et modalités édictées par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

Article 40

L'aide directe aux organes des médias émerge du budget de l'Etat.

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication élabore les modalités de sa répartition et de son octroi effectif aux médias, notamment pour :

- l'aide à la diffusion ;



- l'aide à la production des contenus relatifs au développement durable ;
- le fonds de soutien aux écoles de journalisme ;
- l'aide à la production des contenus en langues nationales ;
- l'aide spécifique à la presse écrite.

Chapitre 4 : DU REGIME FISCAL ET PARAFISCAL DES ENTREPRISES DE PRESSE

Article 41

Sans préjudice des lois en vigueur, les intrants nécessaires à la production médiatique sont exonérés des droits de douane à l'importation.

Un arrêté interministériel des ministres ayant en charge respectivement les finances et la communication fixe les modalités d'application de cette exonération.



TITRE II : DES CATEGORIES DES ENTREPRISES DE PRESSE**Chapitre 1 : DE LA PRESSE ECRITE****Article 42**

Toute personne physique ou morale peut créer une entreprise de presse écrite, sous réserve du respect de la loi, de l'ordre public et des bonnes mœurs.

Une ou plusieurs personnes physiques ou morales étrangères peuvent créer, en association avec des congolais, une entreprise de presse écrite.

La participation des associés congolais est majoritaire au capital de la société.

Article 43

Sans préjudice des dispositions de la législation en vigueur en matière commerciale, des groupements d'intérêt économique, d'associations sans but lucratif et d'établissements d'utilité publique, toute personne qui désire créer une entreprise de presse introduit au préalable, auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication, une déclaration comportant les éléments ci-après :

- le numéro de registre de commerce et du crédit mobilier ou l'acte réglementaire ayant accordé la personnalité juridique ;
- le numéro d'identification nationale ;
- le numéro d'impôt ;
- le numéro d'identification à la sécurité sociale ;
- le titre du journal ou de l'écrit périodique, sa périodicité et sa pagination ;
- le nom, la date de naissance et l'adresse du propriétaire ou représentant légal et du directeur de publication ;
- l'indication de la dénomination et de l'adresse de l'imprimerie où le journal ou l'écrit périodique doit être imprimé ;
- l'indication du siège social de la publication ;
- le certificat de nationalité du chef de l'organe ou du représentant légal et du directeur de publication ;
- un extrait du casier judiciaire du propriétaire, du chef de l'organe ou du représentant légal et du directeur de publication ;



- un document attestant la qualité de journaliste professionnel du directeur de publication ;
- un certificat de bonne vie et mœurs du chef de l'organe ou du représentant légal, le cas échéant du directeur de publication, un exemplaire des statuts de l'organe ;
- un exemplaire des statuts de la société ou de l'association préalablement notarié ;
- une copie certifiée de la carte d'identité de chacun des associés ou de tous les membres du Conseil d'administration ;
- l'indication d'un ou des comptes bancaires certifiés susceptibles de couvrir pendant six mois au moins les dépenses d'exploitation de l'organe.

Article 44

Les journaux ou écrits périodiques destinés à la jeunesse indiquent en outre :

- a) la tranche d'âge des lecteurs visés ;
- b) le réseau de distribution ;
- c) les principaux annonceurs.

Article 45

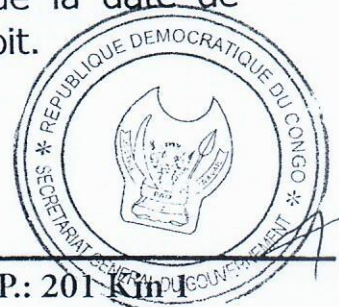
La déclaration dont question à l'article 43 de la présente Ordonnance-loi est dûment signée par le propriétaire ou le chef de l'organe ou le représentant légal conjointement avec le directeur de publication.

Dans le cas où le directeur de publication forme avec le propriétaire ou le représentant légal une seule et même personne, une seule signature suffit.

Article 46

A l'issue du contrôle de conformité de la déclaration, le ministre ayant la communication et les médias dans ses attributions, accorde l'avis favorable de conformité à l'impétrant.

Dépassé le délai de trente jours ouvrables à compter de la date de réception du dossier, l'avis favorable est acquis de plein droit.



Article 47

Le titre du journal ou de l'écrit périodique présente un caractère original et évite toute confusion avec des titres déjà déclarés.

Il demeure identique pendant toute la durée de sa parution.

Toute modification du titre ou de tout autre élément figurant sur la déclaration prévue à l'article 43 est déclarée au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication dans un délai de 30 jours, sous peine des sanctions.

Article 48

Si la parution est suspendue pendant plus de deux ans, le titre n'est plus protégé et tombe dans le domaine public.

Article 49

Sur la première page de chaque numéro imprimé de la publication périodique sont mentionnés les éléments d'identification ci-après :

- le titre entier ;
- le nom de l'éditeur propriétaire ;
- le nom du directeur de publication ;
- le numéro et l'adresse du siège social de l'organe ;
- la date de parution ;
- la périodicité ; et
- le prix.

La liste des rédacteurs du journal ainsi que le tirage sont rendus publics à chaque parution.

Chapitre 2 : DE LA PRESSE AUDIOVISUELLE**Section 1 : Des principes****Article 50**

Le service de la communication audiovisuelle est généraliste ou thématique.



Article 51

Est généraliste, le média qui consacre, produit et diffuse des programmes diversifiés touchant notamment au domaine politique, économique, social et culturel à concurrence de 60% de sa grille de programme.

Est thématique, le média qui consacre au moins 60% de sa grille à la production et à la diffusion d'un programme spécifique basé sur un domaine ou une thématique bien spécifiée.

Article 52

Le Gouvernement central définit les bandes de fréquences ou les fréquences assignées à des usages de radiodiffusion sonore et de télévision.

Article 53

L'attribution des fréquences radioélectriques déterminées à l'article précédent à des exploitants qui en font la demande est accomplie sous le mode d'occupation privative du domaine public de l'Etat.

Section 2 : De la procédure administrative**Article 54**

Toute personne physique ou morale a le droit de produire, transmettre, recevoir tous les produits de la communication audiovisuelle tels qu'énumérés par la présente Ordonnance-loi et d'y participer, sous réserve du respect de l'ordre public et des bonnes mœurs.

Article 55

L'impétrant dépose une déclaration auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication, en vue de l'exploitation en matière de radiodiffusion sonore et de télévision.



Article 56

Sans préjudice d'autres dispositions légales, toute personne qui désire créer une entreprise de presse, introduit au préalable, auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication une déclaration comportant les éléments ci-après :

- a) le numéro de registre de commerce et du crédit mobilier ou l'acte ayant octroyé la personnalité juridique ;
- b) le numéro d'identification nationale ;
- c) le numéro d'impôt ;
- d) le numéro d'identification à la sécurité sociale ;
- e) la dénomination de la station ou de la chaîne ;
- f) le nom, la date de naissance et l'adresse du répondant juridique et du directeur des programmes ;
- g) la carte de presse attestant la qualité de professionnel du directeur des programmes ;
- h) l'indication du siège principal de l'organe ou de l'association, des adresses des centres secondaires éventuels ;
- i) une copie certifiée de la carte d'identité du chef de l'organe et du directeur des programmes ;
- j) un extrait du casier judiciaire du propriétaire, du chef de l'organe et du directeur des programmes ou du représentant ou, le cas échéant, du représentant légal ;
- k) un certificat de bonne vie et mœurs du chef de l'organe et du directeur des programmes ou du représentant légal ;
- l) un exemplaire des statuts notariés de l'organe ;
- m) une copie certifiée de la carte d'identité de chacun des associés ;
- n) la présentation des garanties financières nécessaires au fonctionnement de l'organe permettant, sur base d'un plan d'activités de six mois, de juger de la viabilité économique de l'organe ;
- o) une assignation des fréquences délivrée par l'autorité compétente ;
- p) un projet de la grille des programmes ;
- q) un projet du cahier des charges.

Article 57

La déclaration visée à l'article 56 ci-dessus est conjointement et dûment signée par le répondant juridique de l'organe et le directeur des programmes.



Toute modification de l'un des points figurant dans la déclaration est déclarée dans un délai de 30 jours.

Article 58

A l'issue du contrôle satisfaisant de conformité de la déclaration réalisée en collaboration avec les Institutions de la République concernés par le secteur, le ministre ayant dans ses attributions la communication et les médias accorde à l'impétrant un permis d'exploitation.

Article 59

La durée des autorisations délivrées par le ministre ayant dans ses attributions la communication et les médias ne peut excéder dix ans pour tous les services de médias.

Article 60

La durée d'exploitation des fréquences est de deux ans renouvelables.

Au renouvellement, l'impétrant paie une somme dont le montant est déterminé par voie réglementaire.

L'attribution de la fréquence à un exploitant peut-être retirée dans les conditions ci-après :

- a) si l'Etat modifie la destination de la fréquence considérée, auquel cas il lui en assigne une nouvelle ;
- b) si la situation financière du titulaire ne lui permet plus de poursuivre l'exploitation dans des conditions suffisantes ;
- c) si la ressource radioélectrique est non utilisée pendant un an ;
- d) si le titulaire subit une sanction de retrait de l'autorisation prononcée au regard des lois en vigueur.

Article 61

L'usage de la ressource radioélectrique par voie hertzienne est subordonné au respect :

- a) des bonnes caractéristiques techniques des signaux émis ;



- b) des caractéristiques des supports de transmission et équipements de diffusion à utiliser ;
- c) des lieux d'émission et centres de réémission ;
- d) de la limite supérieure de puissance apparente rayonnée ;
- e) de la protection contre les interférences possibles avec les autres usagers des télécommunications.

Article 62

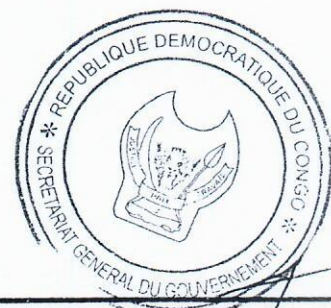
Le cahier des charges constitue l'objet exclusif d'un acquéreur et lui donne droit à l'exploitation des activités dans le secteur audiovisuel.

Il détermine la nature et la puissance d'émission de la station de radio ou de la chaîne de télévision au regard :

- a) de la grille-type du programme annuel ;
- b) du temps consacré à la diffusion des programmes de production nationale interprétés dans une langue ou plusieurs langues en usage en République Démocratique du Congo ;
- c) de la proposition substantielle d'œuvres musicales d'auteurs compositeurs de nationalité ou de culture congolaise ;
- d) de la diffusion des programmes éducatifs ou culturels de nature à promouvoir la diversité culturelle congolaise ;
- e) de la distribution à l'étranger d'émissions de radio ou de télévision, de conception, de réalisation ou de production congolaise ;
- f) du temps maximum consacré à la publicité, aux émissions parrainées ainsi que les modalités de leur insertion dans les programmes ;
- g) du rayonnement et l'extension sur le territoire national ;
- h) des modalités de rediffusion intégrale ou partielle.

Article 63

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication détermine le délai endéans lequel l'impétrant agréé commence à utiliser effectivement la ressource radioélectrique octroyée.



Section 3 : Des services publics de la radiodiffusion sonore et de la télévision

Article 64

La communication audiovisuelle publique est objective, impartiale et pluraliste dans le traitement et la diffusion de l'information.

Elle ne peut en aucun cas être monopolisée au profit d'une seule opinion, d'un groupe d'individus, d'un parti ou groupement politique.

Article 65

La radiodiffusion sonore et la télévision de service public tiennent compte des particularités nationales et des besoins des provinces.

Elles contribuent en particulier, par leur autonomie éditoriale et leurs programmes équilibrés, à :

- a) L'information objective et impartiale des populations ;
- b) L'épanouissement culturel du public, notamment en tenant compte autant que possible de la production congolaise et de la diversité ethno culturelle et sociopolitique du pays ;
- c) La formation de l'opinion publique tant au niveau national, provincial que local.

Article 66

Les médias publics mettent en place une programmation de référence fondée sur le droit du public à l'information, sur l'égalité d'accès, la diversité d'opinions ainsi que sur les valeurs de démocratie, de tolérance, d'ouverture, de dialogue et de cohésion nationale.

Chapitre 3 : DES MEDIAS ASSOCIATIFS, COMMUNAUTAIRES ET CONFESIONNELS

Section 1: Des règles générales



Article 67

Le média communautaire est géré et administré par des organes indépendants de la communauté qui l'a créé ou initié.

Les membres chargés de l'administration et de la gestion sont mis en place par la ou les communautés locales elles-mêmes, dans le respect de la loi congolaise relative aux associations sans but lucratif.

Article 68

Les médias associatifs, communautaires et confessionnels sont d'essence culturelle, sociale, éducative, apolitique et citoyenne.

Ils ne poursuivent aucun but lucratif.

Ils sont appelés à promouvoir la paix, la stabilité, la cohésion, le développement de leurs membres ou communautés respectifs, mais aussi de toute la nation et assurer la participation citoyenne des communautés qui les ont créés ou initiés.

Article 69

Ils sont appelés à veiller au strict respect des lois, des règlements, de l'éthique et déontologie.

Ils veillent à la promotion des valeurs culturelles, démocratiques et à la promotion de la bonne gouvernance.

Ils promeuvent la participation citoyenne dans les milieux qu'ils couvrent.

Article 70

Conformément aux dispositions constitutionnelles relatives à la liberté d'expression et celles relatives à l'égalité de tous devant la loi, ces médias veillent à l'élimination de toutes formes de discriminations.

Ils accordent la parole à tous leurs membres ainsi qu'à toute personne sans distinction de race, de tribu, d'ethnie, de culture, de sexe, de religion, d'appartenance politique ou philosophique.



Article 71

L'État reconnaît et accorde aux Médias associatifs, communautaires et confessionnels un statut particulier quant aux taxes, redevances, autorisations et autres procédures administratives ou réglementaires, compte tenu de leur rôle d'utilité publique dans leurs communautés respectives, concourant à l'accomplissement des attributions et responsabilités dévolues aux médias de service public.

Section 2 : Des Modalités de création

Article 72

Pour autant qu'il soit légalement constitué, toute association sans but lucratif et tout établissement d'utilité publique peut procéder à l'ouverture et à l'exploitation d'un média Associatif, Communautaire ou Confessionnel, moyennant dépôt obligatoire de sa déclaration auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

Article 73

Toute association, toute confession religieuse, toute communauté et tout établissement d'utilité publique introduit une déclaration comportant les éléments ci-après :

- le nom du média ;
- le nom de l'association ou de la communauté ;
- la date de création du média ;
- la date de création de l'association ou de la communauté ;
- l'adresse physique de l'association, de l'association de culte ou de l'établissement d'utilité publique ayant créé ou initié le média.

Article 74

La déclaration dont question aux articles 72 et 73 de la présente Ordonnance-loi est conjointement signée par le représentant de l'association et le directeur des programmes du média.

Au cas où le directeur des programmes forme avec le directeur de média une seule et même personne, une seule signature suffit.



Article 75

Le ministre ayant la communication et les médias dans ses attributions prend acte de la déclaration et délivre un récépissé à l'impétrant ayant rempli toutes les conditions et formalités énumérées à l'article 73 de la présente ordonnance - loi dans le mois suivant le dépôt du dossier complet.

Article 76

Toute modification de l'un des points figurant dans la déclaration prévue aux articles 72 et 73 de la présente Ordonnance-loi est déclarée au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication dans un délai de 30 jours, sous peine des sanctions prévues par la loi.

Section 3 : De la Programmation**Article 77**

Tout média associatif, communautaire ou confessionnel a un Directeur des programmes qui est un journaliste professionnel.

Article 78

Lorsque le directeur du média et le directeur des programmes sont une seule et même personne, celle-ci est solidairement responsable sur le plan civil avec l'auteur d'une émission ayant causé préjudice

La responsabilité pénale est individuelle.

Article 79

En toute circonstance d'infraction commise à l'occasion d'émissions ou de diffusion des programmes, le média répond en qualité de civilement responsable.

Article 80

Les médias associatifs, communautaires et confessionnels diffusent au minimum 50% des programmes et émissions locaux d'intérêt communautaire, relatives, notamment à :



- La vulgarisation des lois et autres instruments juridiques importants ;
- L'éducation citoyenne et à la sensibilisation au civisme électoral, à la cohabitation pacifique et le bon voisinage des populations locales ;
- La sensibilisation des populations locales au respect du bien commun, à la bonne moralité publique, des emblèmes et armoiries nationaux, notamment l'hymne national, le drapeau national, etc. ;
- La vulgarisation des mesures et pratiques préventives de lutte contre les épidémies et autres formes de maladies périodiques ;
- La promotion de la bonne gouvernance, la transparence et la participation des populations dans les actions de développement ;
- La formation des populations aux actions de production locale responsable garantissant la protection de la faune et la flore, notamment l'agriculture, la pêche et la cueillette ;
- La promotion de la protection des droits de l'enfant, l'éducation et la culture de la paix ;
- La promotion et la protection des droits des groupes vulnérables ou défavorisés dont les personnes vivant avec le VIH, les personnes vivant avec handicap, les populations autochtones y compris les droits des femmes et jeunes filles ;
- La retransmission des programmes sociaux, éducatifs et sanitaires du gouvernement, des partenaires et agences de développement à des conditions préférentielles ;
- La dissémination des matériaux didactiques de sensibilisation sur le processus de décentralisation mis en œuvre dans le pays moyennant un traitement privilégié ;
- La promotion des objectifs du millénaire pour le développement durable ;
- La promotion des valeurs culturelles nationales traditionnelles, pourvu qu'elles soient conformes à la loi, à l'ordre public et aux bonnes mœurs.

Section 4 : Du régime fiscal et parafiscal

Article 81

Les pouvoirs publics accordent des exonérations et des réductions significatives sur les droits et taxes relatifs au domaine des communications, des télécommunications et d'autorisation d'activités dans le secteur, en vue de garantir un meilleur accès, un accès équitable et



raisonnable des médias associatifs, communautaires et confessionnels aux équipements et formalités ou procédures administratives, susceptibles d'améliorer la qualité de leur travail et de les rendre accessibles aux communautés locales, en vertu de la loi n°004/2001 du 20 juillet 2001 portant dispositions générales applicables aux associations sans but lucratif et aux établissements d'utilité publique.

Les pouvoirs publics accordent l'autorisation d'activités dans les secteurs évoqués à l'alinéa premier, en vue de garantir un accès équitable et raisonnable des médias associatifs, communautaires et confessionnels aux équipements et formalités ou procédures administratives, susceptibles d'améliorer la qualité de leur travail et de les rendre accessibles aux communautés locales.

Le décret du Premier ministre fixe les modalités pratiques applicables aux taux, quotités et montants des redevances, licences et autorisations applicables aux médias associatifs, communautaires et confessionnels.

Chapitre 4 : DE LA PRESSE EN LIGNE

Section 1 : Des principes

Article 82

La liberté d'exercice de la presse en ligne est garantie par la présente Ordonnance-loi.

L'entreprise de presse en ligne peut être généraliste ou thématique.

Elle est éditée à titre professionnel.

Les organes de presse en ligne sont soumis au respect des dispositions sur la protection des données à caractère personnel et des droits d'auteurs.

Section 2 : Conditions d'exercice et de fourniture de service de l'entreprise de presse en ligne

Paragraphe 1 : Modalité d'exercice



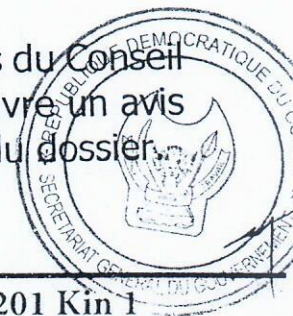
Article 83

Sans préjudice des dispositions de la législation en vigueur en matière commerciale, de groupements d'intérêt économique, d'associations sans but lucratif et d'établissements d'utilité publique, tout organe de presse en ligne introduit au préalable auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication une déclaration comportant les éléments ci-après :

- Le numéro de registre de commerce et du crédit mobilier ou l'acte réglementaire ayant accordé la personnalité juridique ;
- Le numéro d'identification nationale ;
- Le numéro d'impôt ;
- Le numéro d'identification à la sécurité sociale ;
- Le nom du domaine point cd et l'URL du site internet ;
- Le ou les noms de ses fournisseurs d'accès ;
- Les éléments de la ligne éditoriale ;
- Le nom, la date de naissance et l'adresse du propriétaire ou représentant légal et du directeur de publication ;
- l'indication du siège social de l'entreprise de presse en ligne ;
- le certificat de nationalité du chef de l'organe ou du représentant légal et du directeur de publication ;
- un extrait du casier judiciaire du propriétaire, du chef de l'organe ou du représentant légal et du directeur de publication ;
- la production de la carte de presse ;
- un certificat de bonne vie et mœurs du chef de l'organe ou du représentant légal, le cas échéant, du directeur de publication, un exemplaire des statuts de l'organe ;
- un exemplaire des statuts pour la société ou l'association préalablement notarié ;
- une copie certifiée de la carte d'identité de chacun des associés ou de tous les membres du Conseil d'administration pour la société ou de l'association ;
- l'indication d'un ou des comptes bancaires certifiés susceptibles de couvrir pendant six mois au moins les dépenses d'exploitation de l'organe.

Article 84

A leur création, les organes de presse en ligne déclarent auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication qui leur délivre un avis de conformité dans un délai de quinze jours suivant le dépôt du dossier.



Le déclarant paie les frais administratifs au Ministère de la Communication et Médias qui, en retour, lui délivre le récépissé.

A défaut d'octroi du récépissé dans un délai de nonante jours, la mise en ligne est automatique.

Article 85

La déclaration dont question à l'article 83 ci-dessus est conjointement et dûment signée par le propriétaire ou le chef de l'organe ou encore le représentant légal et le directeur de publication.

Dans le cas où le directeur de publication forme avec le propriétaire ou le représentant légal une seule et même personne, une seule signature suffit.

Article 86

Tout organe de presse en ligne qui cesse de paraître pendant au moins nonante jours continus fait l'objet d'une nouvelle déclaration pour paraître de nouveau.

Cette déclaration est faite dans les conditions prévues par la présente Ordonnance-loi.

Paragraphe 2 : Conditions de fourniture d'un service de presse en ligne

Article 87

L'entreprise de presse en ligne exerce ses activités en respectant les conditions suivantes :

- Offrir un contenu utilisant essentiellement le mode écrit et audiovisuel, faisant l'objet d'un renouvellement régulier, daté et non pas seulement de mises à jour ponctuelles et partielles ;
- Mettre à disposition du public un contenu original, composé d'informations présentant un lien avec l'actualité et ayant fait l'objet, au sein du service de presse en ligne, d'un traitement à



caractère journalistique, notamment dans la recherche, la vérification et la mise en forme de ces informations ;

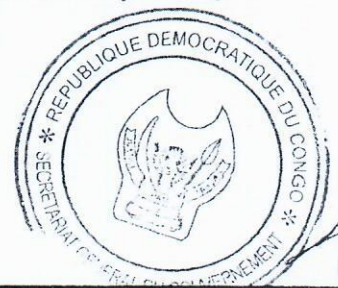
- Le contenu publié par l'éditeur présente un caractère d'intérêt général quant à la diffusion de la pensée : éducation, information, divertissement du public ;
- Le contenu publié par l'éditeur ne doit pas être susceptible de choquer l'internaute par une représentation de la personne humaine portant atteinte à sa dignité et à la décence ou faisant l'apologie de la violence ;
- Ne pas avoir pour objet principal la recherche ou le développement des transactions d'entreprises commerciales, industrielles, bancaires, d'assurances ou d'autre nature dont il serait en réalité l'instrument de publicité ou de communication, et n'apparaît pas comme étant l'accessoire d'une activité industrielle, artisanale, commerciale ou de prestation de service autre que la mise à disposition du public d'informations ayant fait l'objet d'un traitement à caractère journalistique. Dans tous les cas, ne peuvent être reconnus comme des services de presse en ligne les services de communication au public en ligne dont l'objet principal est la diffusion de messages publicitaires ou d'annonces, sous quelque forme que ce soit ;
- Avoir la maîtrise éditoriale du contenu publié à son initiative.

Article 88

L'entreprise de presse en ligne dispose d'un directeur de publication et il emploie, à titre régulier, au moins deux journalistes, conformément aux dispositions de la présente Ordonnance-loi.

Article 89

L'entreprise de presse en ligne communique le nom et l'adresse de son fournisseur d'accès à internet basé et ayant son siège social en République démocratique du Congo.



Section 3 : Des obligations et de la responsabilité en matière de fourniture de service de presse en ligne

Article 90

Le directeur de publication a la maîtrise éditoriale du contenu publié dans leurs sites et leurs plateformes numériques.

Sur les espaces de contribution personnelle des internautes, le directeur de publication met en œuvre les dispositifs appropriés de modération. Ces dispositifs doivent également permettre à toute personne de signaler la présence de contenus indécents ou inappropriés à l'éditeur et à l'administrateur. Ces derniers doivent rendre l'accès impossible ou retirer promptement de tels contenus.

Article 91

Les sites internet personnels et les blogs édités à titre non professionnel ne peuvent prétendre au statut d'organe de presse en ligne.

Article 92

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication régule les médias en ligne en veillant à ce qu'ils respectent la loi, l'ordre public, les bonnes mœurs et les droits d'autrui.

Chapitre 5 : DE LA PROFESSIONNALISATION

Article 93

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication, l'instance en chargée de l'autorégulation des professionnels des médias ainsi que les organisations corporatives des médias assurent la formation continue, le recyclage ou la remise à niveau des professionnels des médias.

Lorsqu'ils ne peuvent directement assurer la formation ou la mise à niveau, ils collaborent ou font appel à des structures nationales ou internationales de droit public ou de droit privé.

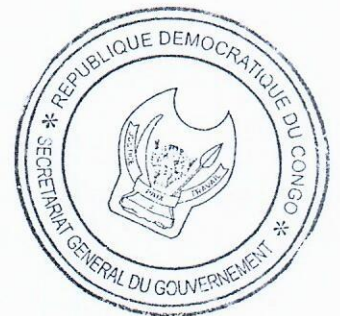
Ils s'assurent du crédit et du caractère professionnel des prestataires en formation ou en remise à niveau.



Article 94

Le Ministre ayant la Communication et les médias dans ses attributions autorise toute accréditation de tout professionnel des médias étrangers en République Démocratique du Congo.

Un arrêté du ministre ayant la communication et médias dans ses attributions détermine les modalités pratiques, les procédures, les frais ainsi que les durées relatives aux accréditations prévus à l'alinéa précédent.



TITRE III : DU DROIT DU PUBLIC A L'INFORMATION

Chapitre 1 : des principes

Article 95

Les professionnels des médias ont le droit d'accéder à toutes les sources publiques d'informations et celles privées d'intérêt public. Ils ne peuvent divulguer leur source d'informations.

Article 96

Sans préjudice des dispositions légales en vigueur, notamment sur les atteintes à la sûreté de l'Etat, à la défense nationale et le secret professionnel, tout détenteur d'information publique a l'obligation de fournir au professionnel des médias les informations d'intérêt public dont il a besoin.

Toute rétention non justifiée d'information d'intérêt public est punie conformément à la loi.

Article 97

Sans préjudice des dispositions de l'article 96 ci-dessus, toute personne qui livre une information publique à un journaliste professionnel ne peut être poursuivie si l'information livrée relève des compétences et des attributions qu'elle assume.

Chapitre 2 : des dispositions spécifiques

Section 1 : De la police de distribution

Article 98

La vente, le colportage ou la distribution sur la voie publique des journaux ou écrits périodiques ou des programmes audiovisuels produits par des organes de presse de droit congolais ou des organes de presse étrangère sont libres, sous réserve du respect de l'ordre public et des bonnes mœurs.



Article 99

L'Etat encourage la création et le fonctionnement de la messagerie de presse pour promouvoir le droit du public à l'information.

Il encourage également la création et le fonctionnement des bouquets satellitaires nationaux ainsi que des magasins généraux d'intrants de presse.

Article 100

L'entreprise de presse, le vendeur et le colporteur professionnel font une déclaration de leurs activités auprès de l'autorité administrative du lieu où ils exercent.

Cette déclaration contient l'identité complète ainsi que l'adresse du déclarant.

Il lui est délivré un récépissé de sa déclaration selon les usages administratifs en vigueur.

Section 2 : Du dépôt légal et administratif**Article 101**

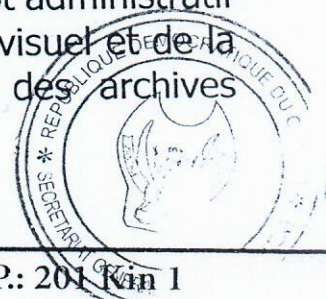
Au moment de parution de chaque numéro du journal ou de l'écrit périodique, l'entreprise de presse dépose, à titre du dépôt légal et administratif, un exemplaire à la Bibliothèque nationale.

Article 102

Les publications de la presse en ligne ne peuvent être mises en ligne sans dépôt légal et administratif après la déclaration prescrite par la présente Ordonnance-loi.

Article 103

L'entreprise de presse écrite remet en outre au titre du dépôt administratif deux exemplaires dont l'un au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication et l'autre au service de l'Etat chargé des archives nationales.



Section 3 : Du droit de réponse et de rectification

Article 104

Toute personne physique ou morale citée ou mise en cause dans un article de presse écrite ou en ligne, une émission de radio ou de télévision, soit nominativement, soit indirectement, mais de façon telle qu'elle puisse être identifiée, a le droit de faire insérer dans les colonnes de ladite publication une réponse ou une rectification ou d'accéder à ladite émission pour le même effet, sans frais.

Toutefois, quand les imputations concernent des personnes prises individuellement, la personne n'exerce ses droits que dans la mesure où ses intérêts sont mis en cause.

Article 105

La réponse, non comprise l'adresse, les salutations, les réquisitions d'usage et la signature, ne peut excéder la longueur de l'article ou de l'émission qui l'a provoquée.

Toutefois, pour la presse écrite et en ligne, la réponse peut atteindre cinquante lignes, même si l'article qui l'avait provoquée était d'une longueur moindre, mais elle ne pourrait dépasser deux cents lignes même si l'article qui l'avait provoquée était d'une longueur supérieure.

L'entreprise de presse en ligne publie le droit de réponse au plus tard dans les vingt-quatre heures ouvrables suivant sa réception.

Article 106

La réponse insérée dans le journal, l'écrit périodique, le site web ou dans l'émission de radiodiffusion sonore ou en ligne et de télévision ne doit être suivie, dans le même numéro ou le même programme, d'aucun commentaire de la part de la publication ou de l'émission concernée.

La personne lésée a droit, dans les mêmes conditions que celles prévues par la présente Ordonnance-loi, à autant de répliques que la réponse aura donné lieu à de nouveaux commentaires dans les numéros suivants du



journal, de l'écrit périodique, site web ou dans les émissions suivantes de radiodiffusion sonore et de télévision.

Article 107

L'insertion de la réponse est gratuite.

Le demandeur en insertion ne peut excéder les limites fixées dans la présente Ordonnance-loi en offrant de payer le surplus sous forme d'insertion publicitaire.

Article 108

Dès l'accusé de réception, la réponse est insérée impérativement à la prochaine parution, édition ou mise à jour.

Toutefois, l'entreprise de presse en ligne publie la réponse au plus tard dans les vingt-quatre heures ouvrables suivant sa réception.

Article 109

La réponse est insérée à la même place et dans les mêmes caractères que l'article qui l'a provoquée, sans retranchement ni intercalation.

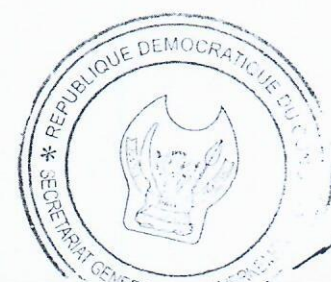
Elle est précédée de la mention « droit de réponse » et ne peut reprendre le titre de l'article incriminé que sur demande formelle de la personne lésée.

Article 110

Tout dépositaire de l'autorité publique dont les actes accomplis dans l'exercice de ses fonctions ont été inexactement rapportés par un journal, un écrit périodique ou un site web a le droit de faire insérer une rectification dans ledit journal, écrit périodique ou site web, pourvu que la rectification se limite à redresser les actes inexactement rapportés et qu'elle ne dépasse pas le double de l'article auquel elle répond.

Article 111

L'insertion de la rectification est gratuite.



Les modalités de l'insertion de rectification sont les mêmes que celles prévues à l'article 109 de la présente Ordonnance-loi.

La rectification est insérée à la même place du journal ou de l'écrit périodique et dans les mêmes caractères que l'article redressé et sans retranchement ni intercalation. Elle est précédée de la mention « droit de rectification ».

Article 112

La publication du droit de réponse ou de rectification constitue réparation à l'égard de la personne lésée.

En cas de refus de publication d'un droit de réponse ou d'une rectification, la personne lésée est en droit de saisir les instances judiciaires pour réparation.



TITRE IV : DES SANCTIONS

Chapitre 1 : Des principes

Article 113

Est considérée comme atteinte par voie de presse, tout comportement ou tout acte du professionnel des médias commis à l'occasion de l'exercice de sa profession qui a porté atteinte à l'ordre public, aux droits d'autrui et aux bonnes mœurs et qui a causé préjudice.

Est également considérée comme atteinte tout comportement de tout usager des médias qui a enfreint et porté préjudice à l'ordre public, aux droits d'autrui et aux bonnes mœurs.

Les infractions de la presse en ligne sont punies conformément à la législation en vigueur en matière pénale.

Article 114

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication peut se saisir d'office ou peut être saisi par toute personne physique ou morale d'un manquement constaté dans le secteur de la publicité.

Il constate et régule tout manquement à la loi et à la réglementation régissant les contenus diffusés, commis par un opérateur du secteur de publicité.

Article 115

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication peut, selon le cas :

- requérir la saisie des documents, films, vidéocassettes ou tout autre support se rapportant à la publicité diffusée à travers les médias ;
- infliger des sanctions administratives aux opérateurs du secteur de la publicité en rapport avec les dérapages constatés ;
- interdire la diffusion d'un message publicitaire ou à caractère publicitaire et/ou exiger sa correction dans le délai fixé par lui



Article 116

Tout opérateur œuvrant dans le secteur de la publicité fournit au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication les informations et/ou les documents auxquels il est tenu, dans le délai lui communiqué.

Le refus de les fournir est passible d'une amende de cinq cent mille à un million des francs congolais.

Est passible de la même sanction, l'opérateur qui diffuse ou qui fait diffuser un élément publicitaire ou à caractère publicitaire non revêtu de l'avis de conformité du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication.

Article 117

Tout opérateur du secteur de la publicité porte à la connaissance des intervenants les tarifs applicables. Le refus de le faire expose l'opérateur à une amende d'un million à deux millions de francs congolais

Article 118

Toute personne physique ou morale lésée par une décision du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication peut introduire un recours dans les dix jours qui suivent la notification de la décision.

Si le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication rejette le recours ou ne se prononce pas, un recours juridictionnel peut être exercé devant la juridiction compétente, dans un délai de quinze jours.

Article 119

En cas de récidive ou de violation d'une sanction prononcée par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication, l'auteur de la violation est passible d'une amende de deux à cinq millions des francs congolais.



Chapitre 2 : De la protection spéciale

Section 1 : De la protection de l'ordre public

Article 120

Quiconque publie, diffuse ou transmet par voie de presse écrite, en ligne, audiovisuelle ou par tout autre support, de mauvaise foi, une nouvelle fausse, des allégations, des faits inexacts, lorsque ses actes auront troublé l'ordre public ou suscité la frayeur parmi la population, occasionné la destruction des biens publics est puni conformément à la loi.

Article 121

Quiconque s'est attribué indûment la qualité de professionnel de médias dans l'une ou l'autre catégorie de métiers repris à l'article 3 de la présente Ordonnance-loi ou qui a publiquement porté un insigne ou emblème destiné à faire croire à la jouissance de cette qualité et/ou à l'exercice de cette profession ou qui en a indûment tiré bénéfice est puni conformément aux dispositions du Code Pénal Congolais.

Article 122

La publicité clandestine est interdite.

Elle désigne notamment, la citation, l'apparition ou l'insertion indue, en dehors des espaces publicitaires, d'un produit, d'un bien, d'un service, de la dénomination d'une entreprise ou d'un fournisseur de biens ou de services ou de tout autre signe distinctif à des fins publicitaires, toute présentation écrite, verbale ou visuelle, dissimulée à l'intérieur d'un article ou d'un programme, non déclarée comme activité publicitaire.

Sans préjudice des dispositions pertinentes d'autres textes sur la publicité, la publicité clandestine est passible d'une amende d'un million à deux millions de francs congolais.

Article 123

La publication, la diffusion ou la reproduction, par quelque moyen que ce soit, de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongèrement attribuées à des tiers lorsque cet acte est posé de



mauvaise foi et a troublé la paix publique, est punie conformément au code pénal.

Les mêmes faits sont punis conformément au code de justice militaire, lorsque la publication, la diffusion ou la reproduction faite de mauvaise foi a ébranlé la discipline ou le moral des armées ou à entraver l'effort de guerre de la Nation.

Article 124

Est punie conformément au code pénal, toute offense telle que définie par la législation en vigueur commise par l'un des moyens cités à l'article 120 envers les magistrats, les fonctionnaires et les agents investis de l'autorité publique lors de l'exercice de leurs fonctions ou envers toute institution organisée.

Article 125

Est puni conformément au Code pénal :

- a) Quiconque viole le secret de l'instruction ou porte atteinte à la présomption d'innocence lorsque des procédures judiciaires sont en cours avant débat en audience publique ;
- b) Celui qui publie par tous moyens, de photographies ou de portraits de personnes dans le but de divulguer à travers la reproduction de tout ou partie des circonstances d'un meurtre, d'un assassinat, d'un suicide, d'un empoisonnement, menaces, coups et blessures, atteinte à la moralité et aux mœurs publiques ou séquestration.

Section 2 : De la protection des enfants

Article 126

Est puni conformément à la Loi n 09/001 du 10 janvier 2009 portant protection de l'enfant :

- quiconque publie les débats de procès d'enfants ou les procès où sont impliqués des mineurs ainsi que les procès de toute nature des personnes majeures lorsque l'identification des enfants est possible ;



- quiconque a proposé, donné ou vendu aux enfants de moins de dix-huit ans les publications de toute nature incitant à la débauche, à la prostitution, à la criminalité ou à la consommation ou au trafic des stupéfiants, de psychotropes, de boissons alcooliques ou du tabac.

Chapitre 3 : De la responsabilité pénale, civile et professionnelle

Article 127

En matière d'atteinte à l'ordre public, au droit d'autrui, aux bonnes mœurs, la responsabilité pénale est individuelle.

Les personnes ci-après sont considérées comme complices des atteintes commises par voie de presse, pour autant que leur mauvaise foi soit établie :

- Le directeur de publication ou le directeur de programme ;
- A défaut du directeur de publication, l'imprimeur et le prestataire de service ;
- A défaut du prestataire de service, l'hébergeur ;
- A défaut des imprimeurs et des prestataires des services, les distributeurs, les vendeurs et les afficheurs.

Article 128

Lorsque le Directeur de publication ou des programmes et le propriétaire ou le représentant forment une seule et même personne, celle-ci est :

- a) Professionnellement responsable du non-respect des conditions requises pour la publication d'un journal ou écrit périodique ou site web ou la diffusion d'une émission de radio ou de télévision ;
- b) Professionnellement responsable du contenu du journal ou site web ou de l'écrit périodique ou de l'émission de radio ou de télévision ;
- c) Professionnellement responsable, solidairement avec l'auteur de l'écrit ou du présentateur de l'émission de radio ou de télévision, des condamnations prononcées contre ces derniers ou contre le journal ou l'écrit périodique ou l'émission de radio ou de télévision.



Article 129

Le nom du directeur de publication et l'adresse de l'entreprise de presse sont imprimés sur tout exemplaire du journal.

Le générique des émissions de radio, de télévision ou celles diffusées en ligne reprennent le nom du directeur de programme, l'adresse de l'entreprise de presse ou les références du site internet.

Article 130

Le pseudonyme utilisé par un rédacteur ou un collaborateur ne cause pas préjudice à autrui.

Il devient propriété de son utilisateur en fonction de la durée et de la notoriété de ce dernier. Il ne peut être cédé à un tiers.

Article 131

Les pseudonymes passe-partout utilisés couramment par un même organe de presse sont la propriété du journal ou de l'entreprise de presse en ligne.

En cas de poursuites, le directeur de publication ou des programmes est responsable de l'article publié ou de l'émission présentée sous pseudonyme.

En cas de refus, il est sanctionné conformément à la présente Ordonnance-loi et engage son entière responsabilité en tant que coauteur.

Article 132

En cas de persistance du refus de publication du droit de réponse, d'une réplique ou d'une rectification, l'entreprise de presse est punie d'une amende allant de cinquante à cinq cent fois le prix de vente marqué au numéro du journal incriminé par jour de retard.

Article 133

Quiconque soustrait volontairement de la localité de résidence de la personne lésée, du circuit de distribution du numéro du journal ou de l'écrit périodique contenant le droit de réponse, de rectification ou en réduit le



tirage est puni du fait de destruction méchante, conformément au Code Pénal Congolais

Article 134

Sans préjudice d'autres dispositions légales sur la publicité, toute publicité clandestine est poursuivie et punie d'une amende allant de cinquante à cent fois le prix de vente qui aurait été payé si la publicité était déclarée.

Article 135

La publicité à caractère violent, immoral ou pornographique et illégal est punie d'une amende allant de cent à deux cents fois le prix payé pour sa diffusion.

Article 136

Sans préjudice d'autres dispositions légales, toute violation aux règles prescrites par la présente Ordonnance-loi en matière de publicité est punie d'amende fixée à l'article 122.

Article 137

En cas d'urgence dictée par les exigences de l'ordre public et de la sécurité publique, l'autorité administrative du ressort où exerce l'entreprise de presse saisit le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel et de la Communication qui prend endéans quarante-huit heures des mesures conservatoires.

Article 138

Est puni des peines prévues par le code pénal congolais, celui qui se sera rendu coupable des actes suivants par voie de presse :

- La provocation directe aux atteintes à la personne humaine, notamment le meurtre, l'assassinat, le vol, le viol, la violence, la destruction et le terrorisme ;
- L'apologie des crimes de guerre, des crimes contre l'humanité, des crimes de génocide ou des crimes de terrorisme ;
- L'incitation directe à la haine, notamment religieuse, ethnique, tribale, régionale ou raciale.



TITRE V : DISPOSITIONS TRANSITOIRES ET FINALES**Article 139**

Tous les organes de presse existant avant l'entrée en vigueur de la présente Ordonnance-loi disposent d'un délai de six mois, à dater de sa promulgation, pour s'y conformer.

Article 140

Sont abrogées toutes les dispositions antérieures contraires à la présente Ordonnance-loi.

Article 141

La présente Ordonnance-loi entre en vigueur à la date de sa promulgation.

Fait à Kinshasa, le 13 mars 2023

Félix-Antoine TSHISEKEDI TSHILOMBO

Jean-Michel SAMA LUKONDE KYENGE
Premier Ministre



Pour copie certifiée conforme à l'originale
Le 13 mars 2023

Le Cabinet du Président de la République

Guylain NYEMBO MBWIZYA
Directeur de Cabinet